

Ambassador Conference 2017

電通グループによる
アンバサダー領域の取り組み

DENTSU
DIGITAL

電通デジタルのご紹介

2016年7月1日、3社が合流し設立

DENTSU
DIGITAL



全てのデジタルマーケティング領域に対して、
コンサルティング～開発・実装～運用・実行支援機能まで
幅広いソリューションをご提供

電通デジタルのご紹介

2016年12月1日 アジャイルメディア・ネットワーク社と業務提携

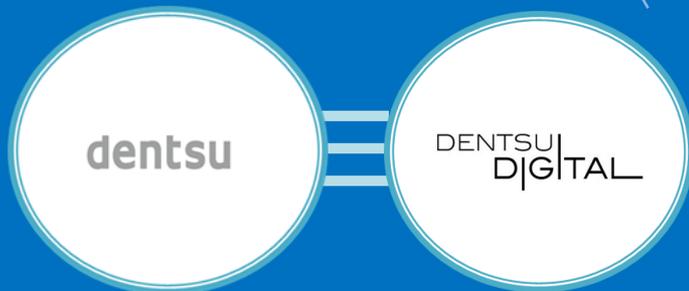


アンバサダー領域にて、両社のシナジーを創出し、
ロコマーケティング分野のビジネス基盤強化を目指す

電通グループ × アンバサダー領域

Digital/Big Data

ウェブ・ECデータ/DMP等との連携
ターゲティング拡張/精緻化

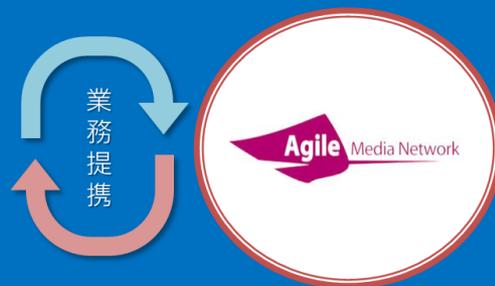


□コミを用いた制作物
アンバサダーとの協創コンテンツ開発

Creative

Media / Contents

アンバサダーのメディア出演
□コミの広告活用



ファン向けプロモーションプランニング
イベント集客の最適化

PR / Promotion

今回、ご紹介させて頂くのは..

電通グループ

Social Big Data

領域



アンバサダー

電通のSocial Big Dataの特徴

電通グループ
Social Big Data
領域



電通グループとNTTデータとの協業組織
「ソーシャルインサイトラボ」

dentsu

SOCIAL
INSIGHT
LAB

DENTSU
DIGITAL

NTT DATA
Global IT Innovator

電通デジタルのソーシャルデータ基盤

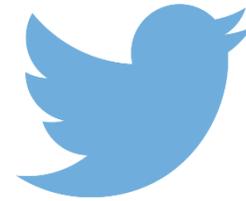
電通グループ
Social Big Data
領域



Instagram



ブログ



Twitter全量データ
(2007～直近まで)

楽天

EC/レビューサイト



Facebook

Social Big Data × アンバサダー
最新ソリューションご紹介

ご相談事例

アンバサダーを集める
チャンネルがない・・・

アンバサダーを集めたいが
そもそもどうすればよいか
わからない

ADを打っているが
アンバサダーが集まらない

理想的な
口コミが少ない

アンバサダー の話題が
いまいち盛り上がらない・・・

アンバサダーが
何を求めているのかわからない

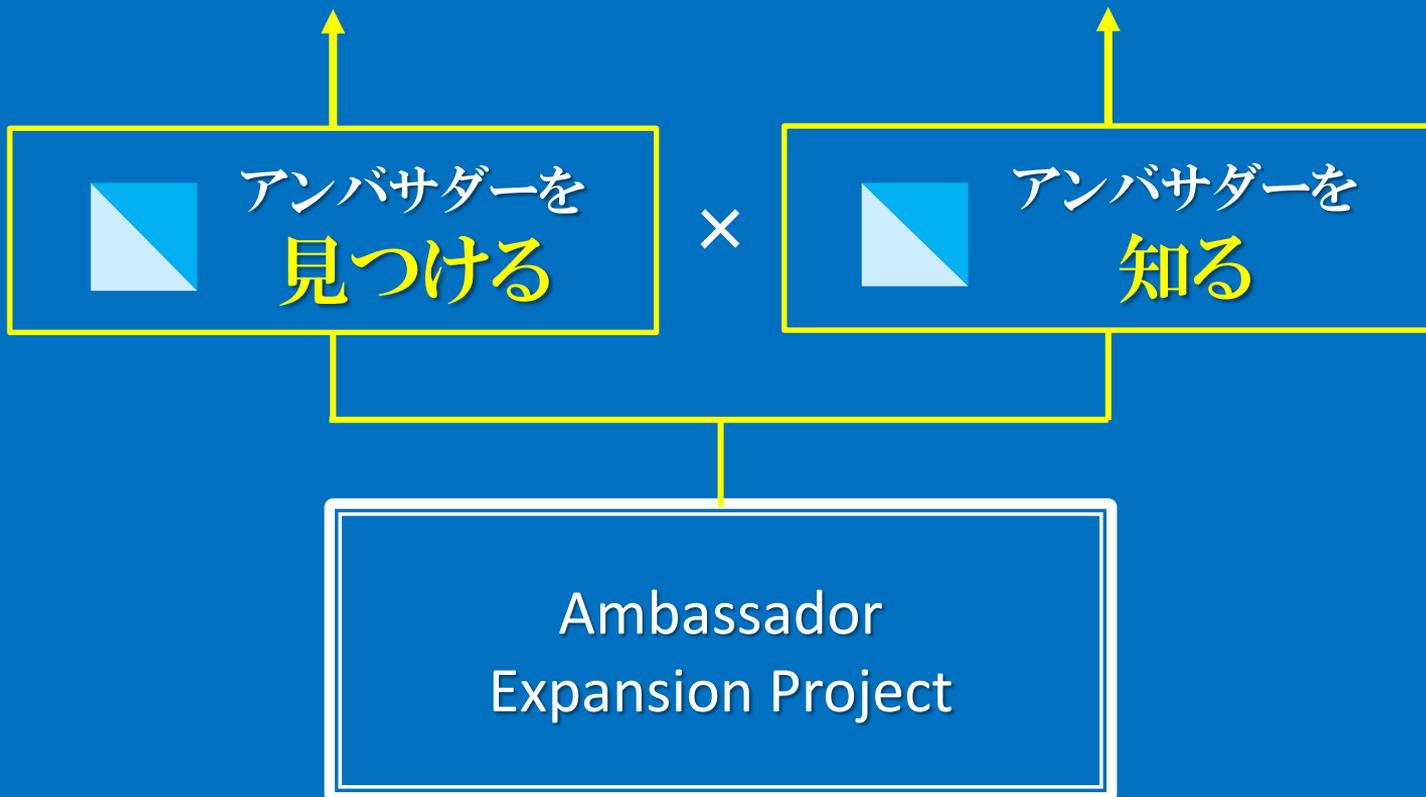
共通テーマ

いかにアンバサダーを増やし
話題を活性化するか

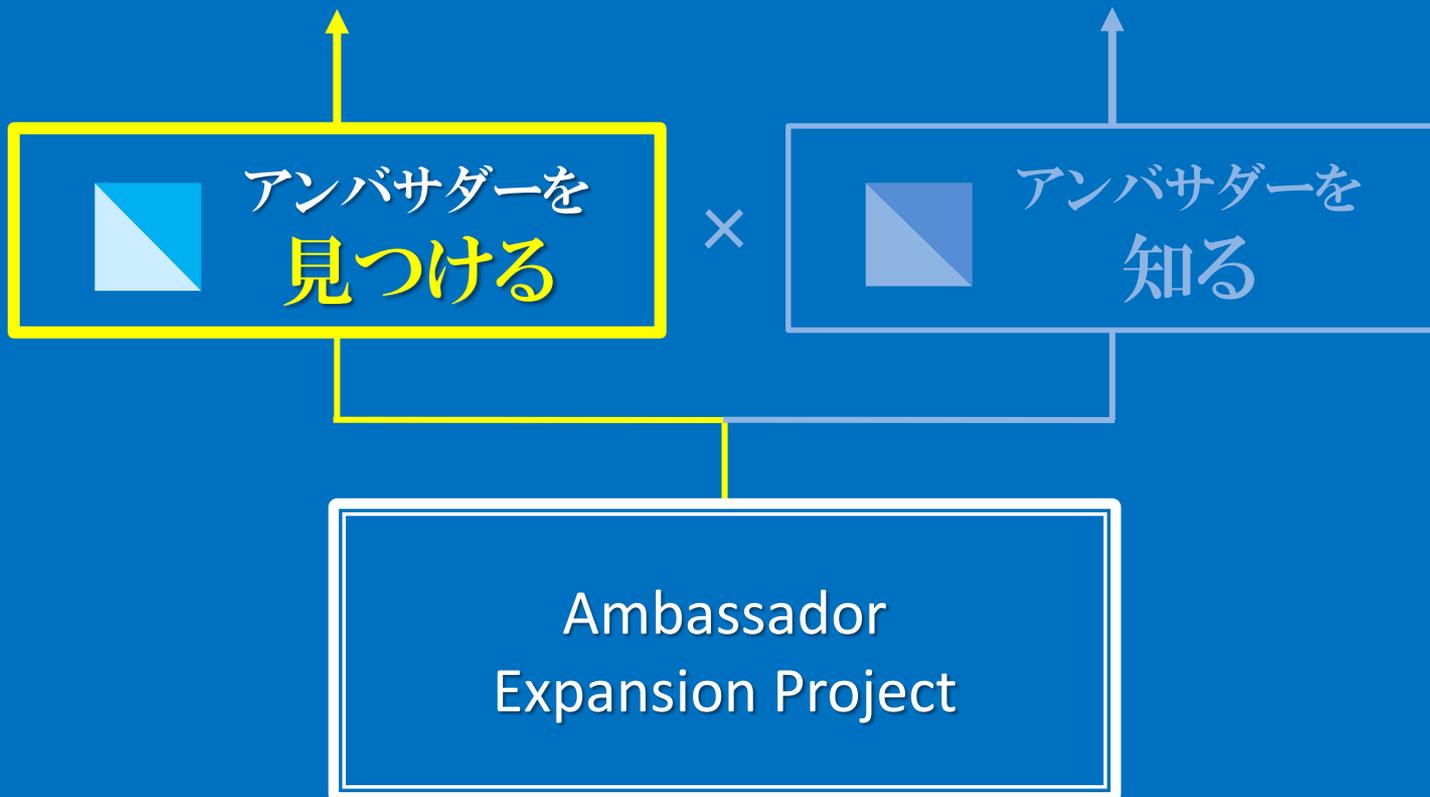
電通デジタルでは、課題解決に向けて

Ambassador
Expansion Project

アンバサダーを増やし、話題を活性化



アンバサダーを増やし、話題を活性化



一般的な『見つけ方』

アンバサダーを募集するコンタクトポイント例

SNS公式アカウント



ブランドサイト



メールマガジン会員



EC会員



アプリユーザー



募集
告知

Ambassador
Program

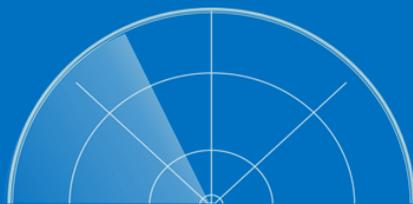
アンバサダーの
数が少ない

アンバサダーを
集めるチャンネルがない

既存コンタクトポイントだけでは、
潜在的なアンバサダーへのアプローチが限定的



既存コンタクトポイント外のアンバサダーを
発見することができないか？



Ambassador
SONAR



Twitter全量データ

現在のアンバサダー

毎日
買ってます

商品A
使いやすい

商品A
大好き！

未来のアンバサダー

...

オーガニック発言はないが、
商品Aの公式アカウントフォローや
RTやお気に入りしている等

商品A
気になるかも

過去のアンバサダー

前の
商品Aが
好きだった

ブランド関与度の判定メソッド&専用辞書の構築により
効率的にアンバサダー候補を発見・リスト化します

Ambassador SONAR のソリューション

既存コンタクトポイント例

SNS公式アカウント



ブランドサイト



アプリユーザー



メールマガジン会員



EC会員



募集
告知

Twitter全量データ

Twitter上の潜在アンバサダー



+

ターゲ
ティング
AD等

Ambassador Program



ソーシャル上のファンは、
公式アカウントのフォロワーと被ってるのでは？
(公式の告知でカバーできるのでは?)



複数企業のTwitter公式アカウントと
潜在アンバサダーの重複率を調査してみました

調査対象

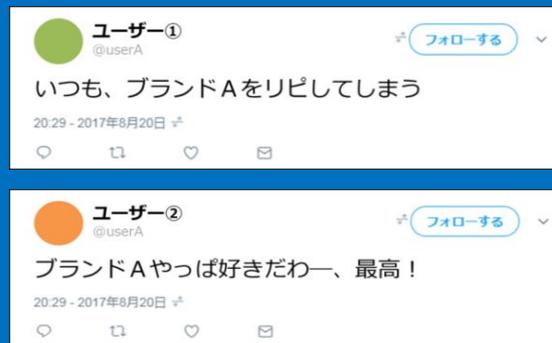
ブランドの公式アカウント
フォロワー

平均 = 約6万人



ブランドの潜在アンバサダー
(自発ツイート者 ※RT除く)

平均 = 約10万人



調査対象

ブランドの公式アカウント
フォロワー

ブランドの潜在アンバサダー
(自発ツイート者 ※RT除く)

平均 = 約6万人

平均 = 約10万人



検証の結果

ブランドの公式アカウント
フォロワー

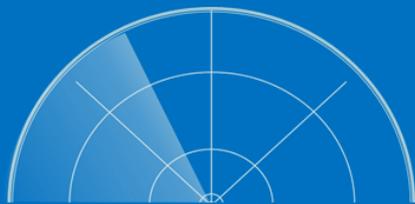
ブランドの潜在アンバサダー
(自発ツイート者 ※RT除く)

平均=約6万人

約1万人

公式アカウントは、
潜在アンバサダーの

『約90%』に
アプローチできていない



Ambassador SONAR

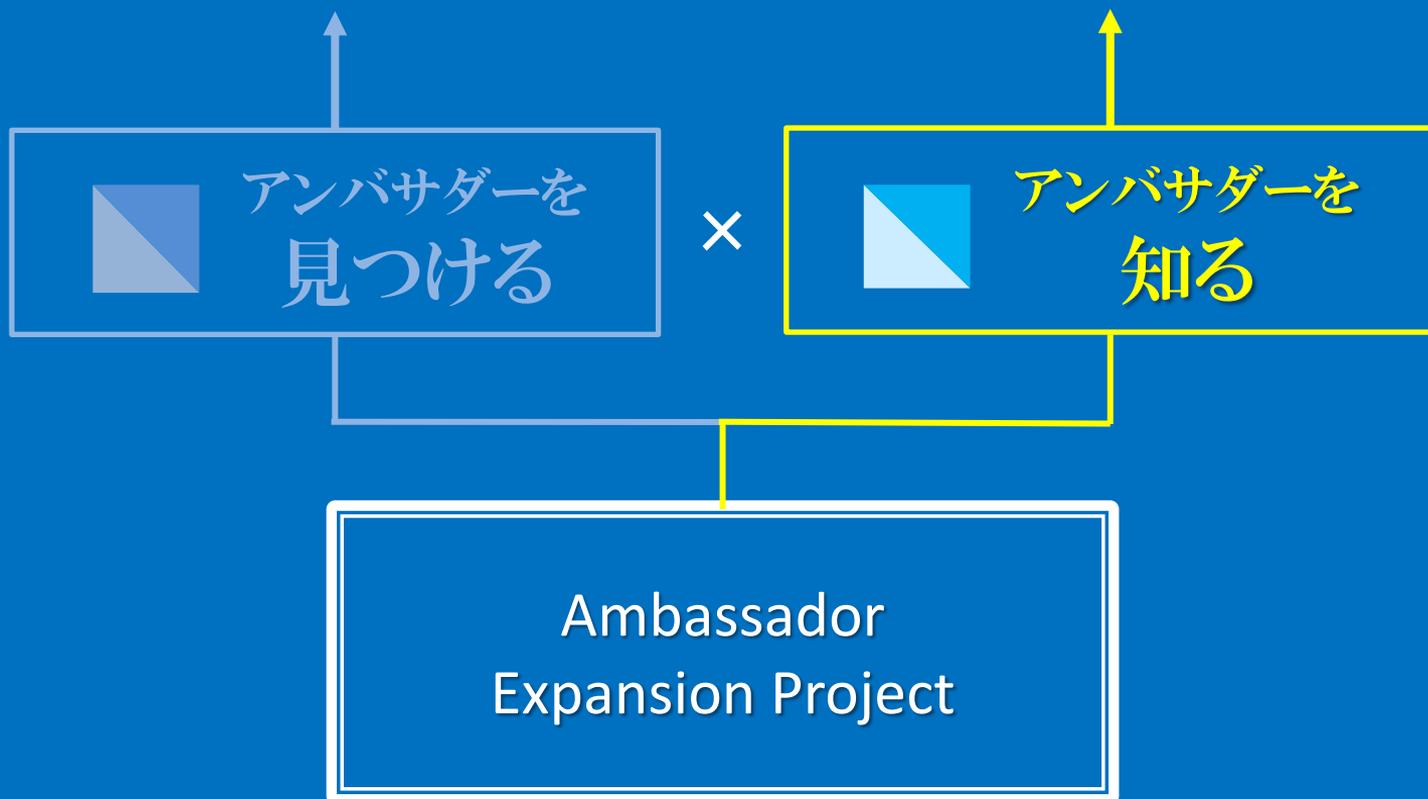
公式アカウントではカバーできない

90%の潜在アンバサダーを

全量データから発見します。

続いて

アンバサダーを増やし、話題を活性化



アンバサダーが
何を求めているのかわからない

理想的な
口コミが少ない

アンバサダーの性別や年代は把握できても、
嗜好・性格・インサイト把握までは難しい。



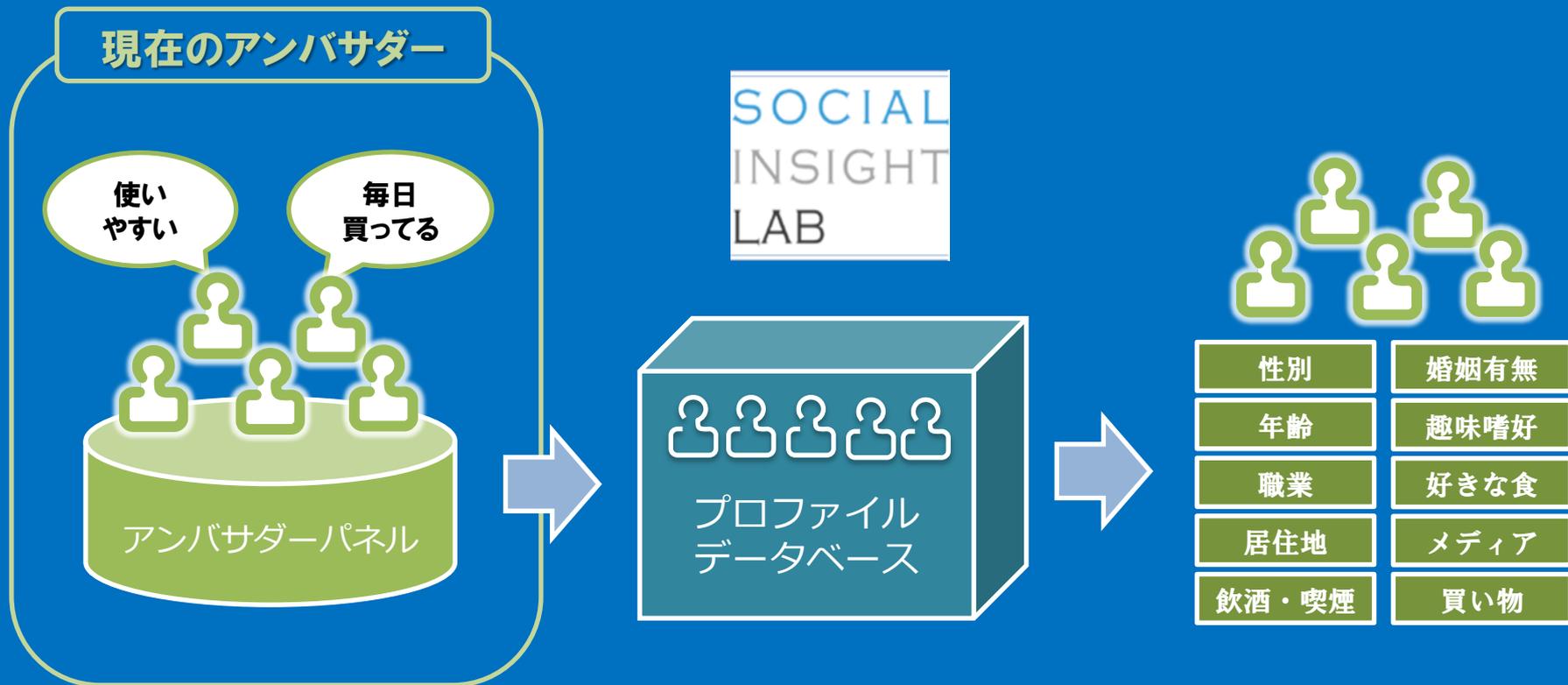
アンバサダーのペルソナや口コミトリガーを
把握できないか？



Ambassador
PROFILER

Ambassador PROFILER

アンバサダーソナーで発見したユーザー群をパネル化しプロファイリング



多様な切り口で、ペルソナを『定量的』に導く

女性/10-20代
大学生/会社員

基本
属性

行く
場所

好き

音楽

読み
もの

ワード	話題量
スタバ	524
イタリアン	355
マック	326

ワード	話題量
ドラマ	1629
ディズニー	1255
福士蒼汰	1022

ワード	話題量
嵐	687
西野カナ	556
Back number	429

ワード	話題量
non・no	172
Sweet	125
タレントブログ	99



ロコミトリガーの把握

パネル化したユーザーの『過去の発言』『未来の発言』をトラッキング

過去の発言

未来の発言

キャンペーン①

キャンペーン②

これ
気になる

はじめて
買った

使い
やすい

毎日
買ってる

施策実施時

ほしい！

好きだな

アンバサダーパネル

- ・話題や購買のきっかけ
- ・好意が高まった施策

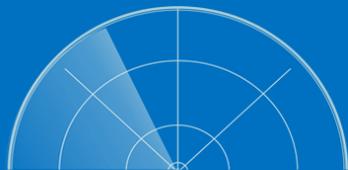
- ・施策への反響はどうか？
- ・話題はひろがっているか？



Ambassador PROFILER

アンバサダーの基本属性に加えて、
ペルソナやロコミトリガーを把握することで
より最適なコンテンツ開発へ

全体スキーム



Ambassador
SONAR



Ambassador
PROFILER



Twitter 全量データ

Ambassador
SONAR

話題活性化

アンバサダー発見

パネル化

アンバサダー
増加

発言データ

Ambassador
PROFILER

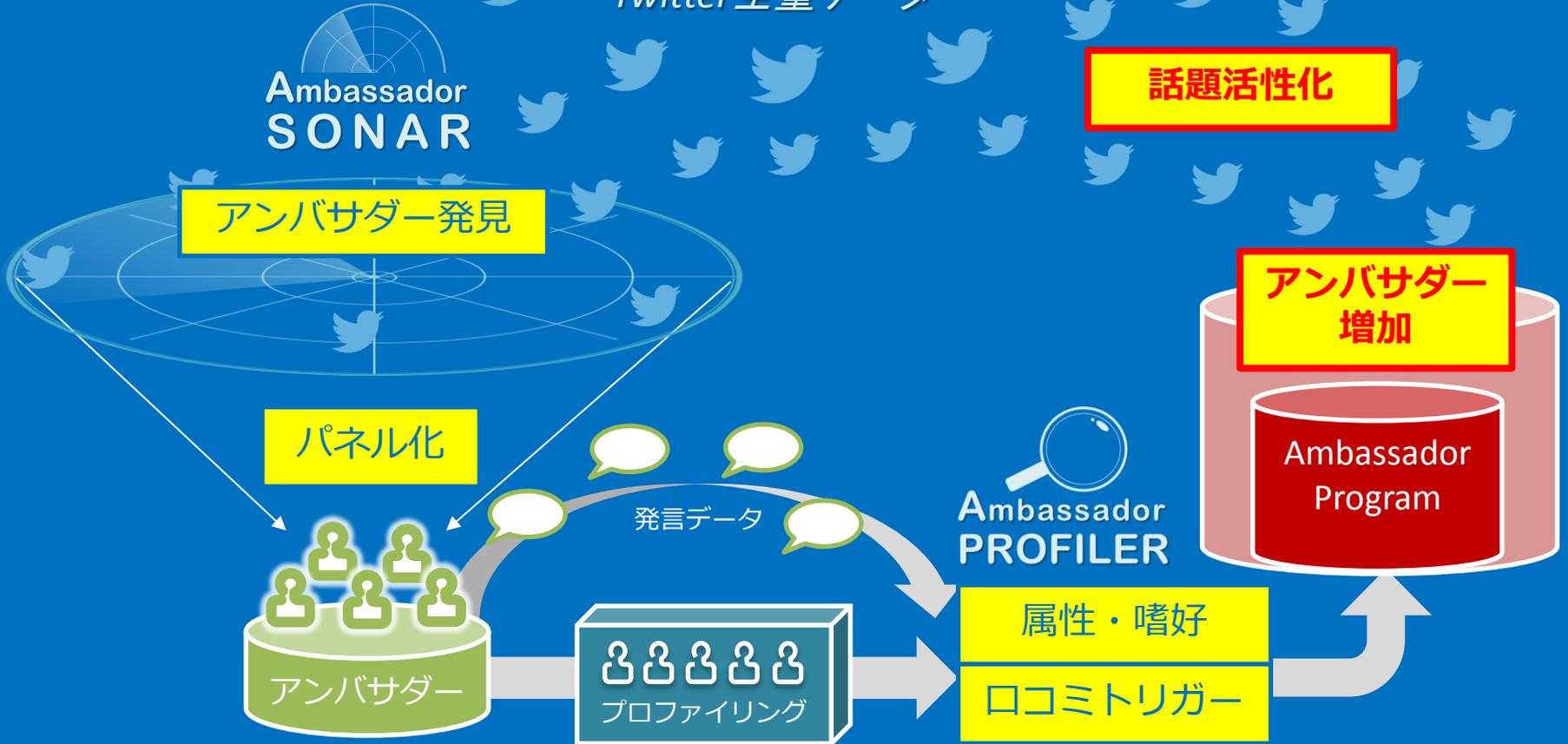
Ambassador
Program

アンバサダー

プロフィール

属性・嗜好

ロコミトリガー



直近半年ほどで **12**プロジェクト

食品/飲料
業界

自動車
業界

エンタメ
業界

生活用品
化粧品
業界

Etc.

今後のチャレンジ

Twitter 全量データ

Ambassador
SONAR

話題活性化

アンバサダー発見

ロコミデータ

DMP

ユーザー
データ

アンバサダー
増加

Ambassador
Program

パネル化

発言データ

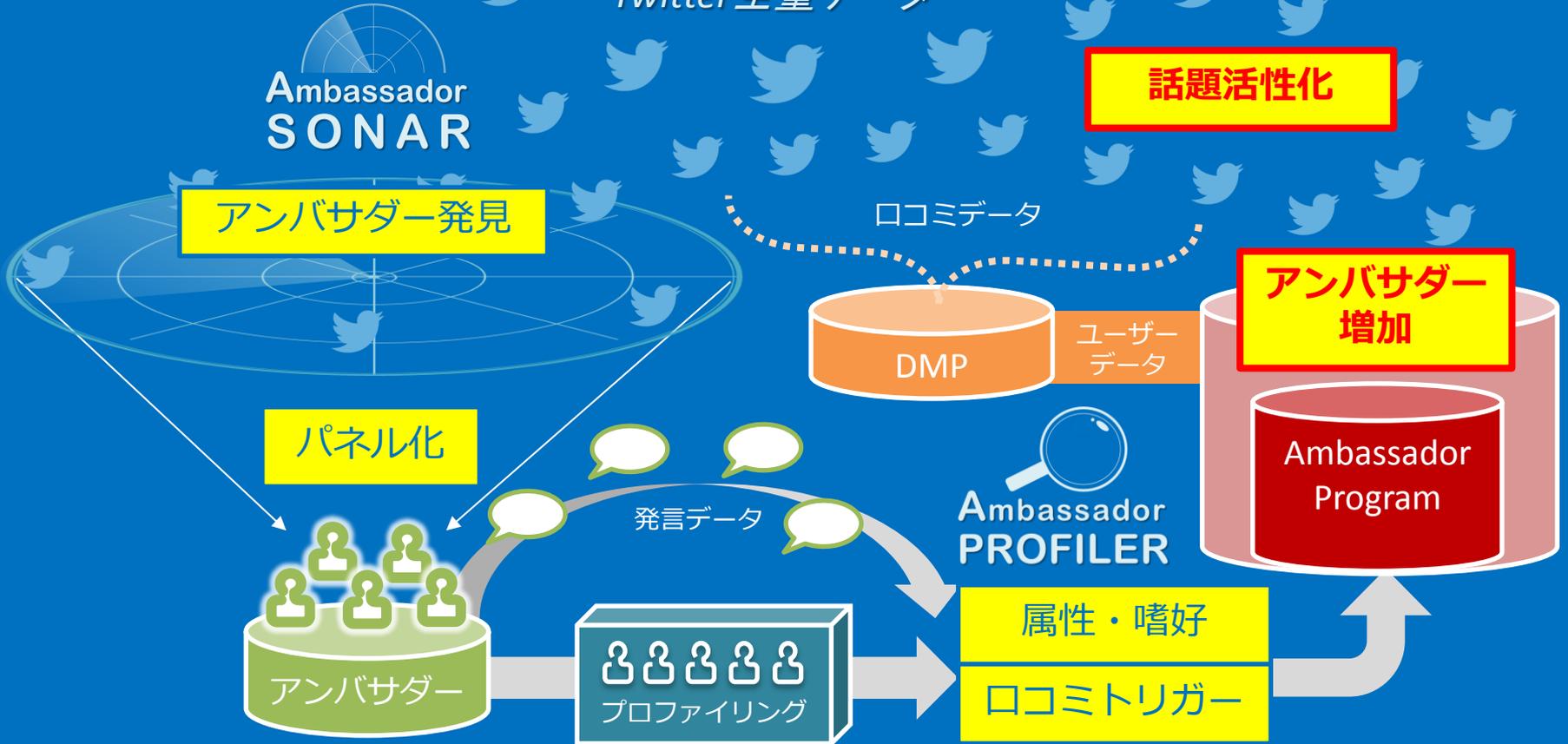
Ambassador
PROFILER

属性・嗜好

ロコミトリガー

アンバサダー

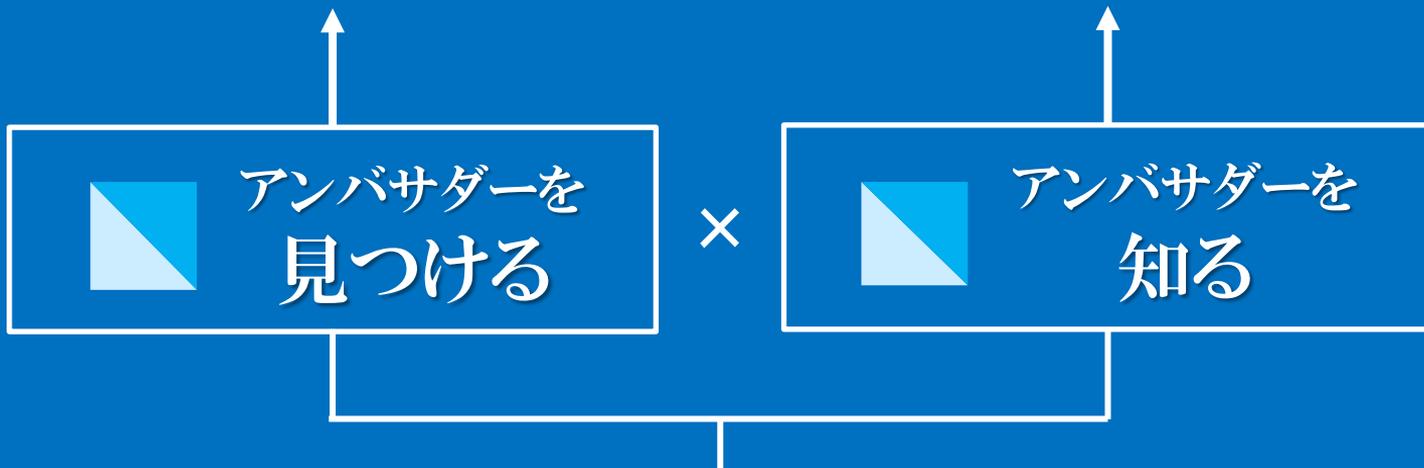
プロフィール



様々なパラメータとの突合による
より精緻なマーケティング活動実践へ



アンバサダーを増やし、話題を活性化



DENTSU
DIGITAL